

Université Cheikh Anta Diop de Dakar  
Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI)



Revue Africaine de Communication

## FABRIQUE D'OPINIONS, ÉMERGENCE D'ALTERNATIVES ENDOGÈNES ET CITOYENNETÉ EN AFRIQUE



Nouvelle Série  
Numéro spécial 2025



**REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**



**FABRIQUE D'OPINIONS, ÉMERGENCE  
D'ALTERNATIVES ENDOGÈNES ET  
CITOYENNETÉ EN AFRIQUE**

*Sous la direction de*

**Pr Alioune DIENG,**

Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

**Dr Abdou DIAW,**

Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

**Dr Moustapha SENE,**

Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Nouvelle Série  
Numéro spécial/Décembre 2025  
ISSN : 3092-5630  
e-ISSN : 3092-5614





*Revue Africaine de Communication*  
Nouvelle série, Numéro Spécial, Décembre 2025

**DIRECTEUR DE PUBLICATION :**

Alioune DIENG, Professeur des universités, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

**COMITÉ SCIENTIFIQUE :**

Marc-François BERNIER, Professeur des universités, Université d'Ottawa (Canada)

N'guessan Julien AT CHOUA, Professeur des universités, Université Félix-Houphouët Boigny (République de Côte d'Ivoire)

Frédéric LAMBERT, Professeur des universités, Université Paris 2 Panthéon-Assas (France)

Anne PIPONNIER, Professeure des universités, Centre de recherche sur les Médiations, Université de Lorraine

Yahya DIABI, Professeur des universités, Université Félix-Houphouët Boigny (République de Côte d'Ivoire)

Annie LENOBLE-BART, Professeure émérite, Université Michel de Montaigne, Bordeaux III, (France)

Serge THÉOPHILE BALIMA, Professeur des universités, Université de Ouagadou (Burkina Faso)

Anna Paola SONCINI, Professeure des universités, Université de Bologne (Italie)

Modou NDIAYE, Professeur des universités, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Aimé-Jules BIZIMANA, Professeur agrégé, Université du Québec en Outaouais (Canada)

Mor FAYE, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

Marième Pollène NDIAYE, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

Namoin YAO - BAGLO, Maître de conférences (CAMES), ISICA/Université de Lomé (Togo)

Moustapha MBENGUE, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Djibril DIAKHATÉ, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Kouassi Sylvestre KOUAKOU, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)  
Sokhna Fatou SECK SARR, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

**COMITÉ DE LECTURE ET DE RÉDACTION :**

Diégane SÈNE, Maître de conférences (CAMES), CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Aminata KANE, Maître-assistante (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Fatoumata Bernadette SONKO, Maître-assistante (CAMES), CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Sahite GAYE, Maître-assistant (CAMES), Université Cheikh Anta Diop  
Dr Domique-François MENDY, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Abdou DIAW, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Ngagne FALL, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Moussa DIOP, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Alioune Badara GUEYE, CESTI, Université Cheikh Anta Diop



*Revue Africaine de Communication*  
Nouvelle série, Numéro spécial, Décembre 2025

*Édité par*

**Alioune DIENG,  
Professeur Titulaire,  
Université Cheikh Anta Diop  
Dakar, Sénégal**



UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR  
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION  
(CESTI)

Décembre 2025

© CESTI  
ISSN : 3092-5630  
e-ISSN : 3092-5614  
Tous droits réservés

**Maquette Première et Quatrième de couverture :** Tiécoura Gueye,  
CESTI, UCAD

**Édition et mise en page :** Professeur Alioune Dieng

**Contacts :**

Service commercial : +221 33 824 68 75 / +221 33 824 93 66  
Emails : [infos.cesti@gmail.com](mailto:infos.cesti@gmail.com) ; [alioune1.dieng@ucad.edu.sn](mailto:alioune1.dieng@ucad.edu.sn)

**Site Internet de la Revue :** <https://rac.ucad.sn/>

**Adresse :**

*Revue Africaine de Communication*  
CESTI/UCAD, BP 5005  
Dakar-Fann  
Sénégal

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR  
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES  
DE L'INFORMATION  
(CESTI)  
Avenue Cheikh Anta Diop, BP 5005, Dakar, Sénégal

\*\*\*

**REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**



ISSN : 3092-5630

e-ISSN : 3092-5614

Emails : [cesti@ucad.edu.sn](mailto:cesti@ucad.edu.sn) ; [alioune1.dieng@ucad.edu.sn](mailto:alioune1.dieng@ucad.edu.sn)

\*\*\*

**POLITIQUE ÉDITORIALE  
DE LA  
REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**

La *Revue Africaine de Communication* (RAC), qui s'adresse aux enseignants chercheurs, chercheurs, doctorants et professionnels de l'information et de la communication, publie des articles inédits, à caractère scientifique, sur les sciences, les pratiques et les technologies de l'information et de la communication dans le respect des normes internationales de conception, de rédaction et de présentation des travaux scientifiques.

De plus, elle souhaite contribuer, le plus largement possible, au développement des études portant sur l'analyse du discours, le droit, l'éthique et la déontologie des médias. Les domaines de l'information et de la communication sont articulés à d'autres champs disciplinaires tels que les sciences politiques, l'économie, la géopolitique, l'éducation, la sociologie, l'anthropologie, la linguistique, le management, le marketing et la culture. La RAC, qui se veut un espace de dialogue interdisciplinaire, accepte aussi, dans sa partie *Varia*, des articles des autres disciplines dont l'intérêt pour le développement des sciences et des techniques de l'information et de la communication est évident.

La RAC paraît une fois par an avec un numéro thématique

et/ou un numéro spécial. Selon la procédure en double-aveugle (*Double Blind Peer Review*), une version anonyme de chaque texte proposé est soumise à l'expertise de deux spécialistes en la matière, en vue de l'évaluation et, éventuellement, de la révision. À cet effet, les critères retenus sont la pertinence et l'intérêt du thème abordé, l'originalité de la problématique et de la démarche logique adoptée, la tenue stylistique de l'article ainsi que sa cohérence avec l'ensemble du numéro et de la Revue. Les contributions peuvent être acceptées, refusées ou donner lieu à des propositions de révisions pour l'auteur. En cas de désaccord entre les deux experts, le Directeur de Publication de la Revue soumet la contribution à une troisième évaluation. Les textes et leur contenu relèvent de la seule et entière responsabilité des auteurs.

En cas de publication, tous les droits sont transférés à la Revue (Voir Code d'Éthique de la *Revue Africaine de Communication*). Les auteurs sont invités à suivre le modèle de présentation et de mise en page des articles publiés par la *Revue Africaine de Communication* (titres, résumé et mots-clés, normes topographiques, références bibliographiques, etc.).

### **1. Le titre de la contribution**

Titre en français et en anglais : police Book Antiqua 12, en gras, centré, interligne simple.

Nom, Prénom(s), premières lettres en majuscules, et affiliation(s) des contributeurs : police Book Antiqua 10, en gras, alignés à droite, interligne simple.

### **2. Introduction, Titres des parties, Conclusion**

Police Book Antiqua 11, en gras, alignés à gauche, pas de retrait, interligne simple.

### **3. Résumé et Mots-clés de la contribution**

- **Le résumé de la contribution** (500 signes au maximum): Rédigé en français et en anglais, police Book Antiqua 10, sans gras, sans italique, sans retrait, aligné à gauche, interligne simple.
- **Contenu du résumé** : Intérêt scientifique du thème et de

l'objet de recherche, délimitation du champ et du contexte de recherche, problématique, objectif et hypothèses de recherche, méthode(s) d'analyse et résultats attendus.

- **Mots-clés** : police Book Antiqua 10, pas de retrait, alignés à gauche, cinq mots en minuscules séparés par des virgules, première lettre du premier mot en majuscule (version française) ; premières lettres en majuscules, cinq mots séparés par des points virgules (version anglaise).

#### **4. Plan de l'article**

Il est souhaitable que le texte de l'article soit organisé à trois niveaux :

- section : 1, 2, 3, ... (style Titre 1, gras, taille de police 11, sans retrait) ;
- sous-section : 1.1., 1.2., ... 2.1., 2.2..., etc. (style Titre 2, gras, taille de police 11, retrait 1,27) ;
- sous-sous-section : 1.1.1., 1.1.2. ... 2.1.1., 2.2.2, etc. (style Titre 3, gras, taille de police 11, retrait 1,27).

#### **5. Citations**

- **Longueur, police, style, format :**

Les citations brèves (de trois lignes et moins) sont encadrées par des guillemets à la française, sans italique, police Book Antiqua11.

Les citations de trois lignes et plus : retrait 1,27 cm, Book Antiqua 10, pas de guillemets : « Étudiant les rapports entre l'hypertextualisation et l'animation numérique, Saemmer affirme :

Les mots sur support numérique prennent des couleurs, se coulent dans de nouvelles formes graphiques ; en se disposant librement dans l'espace, ils suggèrent une simultanéité caractéristique de l'image ; en s'animant, ils acquièrent une dimension plastique ; en s'hypertextualisant, ils deviennent palpables, touchables. L'un des enjeux centraux de mon livre *Matières textuelles sur support numérique* était d'étudier les conséquences de l'hypertextualisation et de l'animation numérique sur le sens du texte. J'ai essayé de montrer qu'en principe, les possibilités d'interaction et de mise en mouvement

du texte, les nouveaux rapports entre images fixes et mots animés, vidéos et lettres statiques sur l'interface numérique ouvrent le champ sémantique du texte vers de nouvelles significations (2008 : 63). »

▪ **Source de la citation :**

À la fin de la citation, on indique la source (entre parenthèses) : Nom de l'auteur, année de publication, éventuellement la page, précédée de deux points.

En cas de coupure importante ou d'omission dans la citation, il faut placer entre crochets les points de suspension pour la représenter :

« L'un des enjeux centraux de mon livre [...] était d'étudier les conséquences de l'hypertextualisation et de l'animation numérique sur le sens du texte. » (Saemmer, 2008 : 63).

▪ **Auteur(s) mentionné(s) après la citation :**

« En outre, l'opinion, « relayée au plus haut niveau de l'État, aspirait à une plus grande transparence administrative, à l'image d'autres grands pays démocratiques. » (Ermisse, 1988 : 205).

▪ **Citation de deux auteurs :**

« La communication politique a toujours présenté une dimension technique. Dans l'Antiquité grecque, la rhétorique en était la manifestation principale, qui permettait l'utilisation stratégique du discours à des fins de persuasion. » (Gerstlé & Piar, 2020 : 31).

▪ **Plus de deux auteurs :**

• **Une première citation :**

« Plusieurs virtualités cohabitent dans le débat nucléaire. » (Faivret, Missika & Wolton, 1980 : 9).

• **Une deuxième citation des mêmes auteurs :**

« Attaquer une idéologie est un exercice périlleux » (Faivret *et al.*, 1980 : 10) ou selon Faivret *et al.* (1980 : 10), « attaquer une idéologie est un exercice périlleux ».

▪ **Citation d'une institution :**

Lors de la première citation, le nom développé de l'institution est mentionné suivi de son abréviation :

« Dans le monde, une augmentation significative de la demande en eau est prévue dans les prochaines décennies. » (Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture [UNESCO], 2017 : 1).

- **Dès la deuxième citation**, l'abréviation suffit :  
« Les ressources en eau (eaux de surface et eaux souterraines) sont renouvelées à travers le cycle continu d'évaporation, de précipitations et de ruissellement. » (UNESCO, 2017 : 10).

- **Dictionnaire :**

Le relativisme est « une doctrine qui admet la relativité de la connaissance humaine ». (*Le Petit Robert*, 1989 : 1651)

**Nota Bene** : Pour certains dictionnaires comme celui de l'Académie française, le titre, le numéro de l'édition et le numéro de page suffisent.

- **Citation d'un auteur ayant publié plusieurs documents la même année :**

Si le slogan est l'instrument de la propagande idéologique et de la communication efficace, la rhétorique est une arme à double tranchant, dont la modalité peut être méliorative ou péjorative. Du point de vue rhétorico-pragmatique, les tropes tels que la métaphore ou la périphrase servent à l'expression de l'hybridité linguistique, en faisant s'affronter des points de vue narratifs sur le thème de l'immigration. (Dieng, 2020 a : 54)

Avoir de l'esprit est un atout considérable dans la discussion, mais il se transforme en défaut majeur lorsqu'il s'agit d'éprouver la raison. La prééminence de l'esprit de finesse sur le jugement ne nie pas l'importance de la raison, mais elle permet à l'humaniste de distinguer le champ de la communication de celui du raisonnement philosophique et à élaborer les grands principes d'une éthique du jugement. (Dieng, 2020 b : 362)

- **Plusieurs auteurs de différentes œuvres cités simultanément :**

« Les enjeux de l'information et de la communication ouvrent des perspectives à la recherche. » (Boukacem-Zeghmouri & Rodríguez Bravo, 2019 ; Blanchard & Roginsky, 2020 ; Mattelart, 2016)

- **Citation d'un auteur par un autre auteur :**

« Un usage extensif de l'Internet a permis aux Zapatistes d'instantanément diffuser leurs informations et revendications au monde. » (Castells, 1997 [2010], cité par Mattelart, 2016 : 117)

**Nota Bene** : Lorsque la date de la première édition est mentionnée, celle de la dernière est mise entre crochets.

- **Ajout de mots dans la citation** : mettre les mots ajoutés entre crochets.
- **Paraphrase d'un texte écrit** :

« Pour Dieng (2024 : 39), "parole sans règle et parole sans foi destinées à faire perdre la face à l'interlocuteur, la polémique a partie liée avec le pouvoir et suscite de ce fait un questionnement dans ses rapports à l'éthique" ».

## 6. Ponctuation

Sauf exception (point d'exclamation ou d'interrogation), pas de ponctuation dans un titre. Entre le point ou la virgule et le mot qui les précède, il n'y a pas d'espace. En revanche, il y en a une, insécable, entre les guillemets à la française, les deux points, le point-virgule, les points d'exclamation ou d'interrogation et le mot. Les crochets et les parenthèses ne contiennent pas d'espace à l'intérieur, mais à l'extérieur.

On utilise exclusivement les guillemets à la française (« »), en prenant garde de placer une espace insécable après le guillemet ouvrant et avant le guillemet fermant. Les guillemets anglais doubles (" ") sont requis dans une citation de deuxième niveau, c'est-à-dire imbriquée dans une première citation.

## 7. Normes typographiques

Format : Document Word.

Police : Book Antiqua (BA), 11 pour le corps de l'article, 10 pour les citations.

Style : Normal

Reliure à gauche : 0 cm ;

Interligne : simple

Mise en page : custom size, 15/23 cm (File, Page setup, Paper size: custom size) ; marges : 2 cm (bas, haut, gauche, droite)

Corps du texte : police Book Antiqua 11, style Normal, justifié.

Retrait : gauche : 0 cm, droite : 0 cm ; à partir de la première ligne 0 cm ; suspension : 0 cm

Espacement : avant : 0 point, après : 0 point

## 8. Les tableaux :

Les tableaux sont titrés et insérés dans le texte, Book Antiqua (BA) 10. Pour chaque tableau, ne pas dépasser la moitié d'une

page de la revue ; sinon, il sera renvoyé en annexe à la fin de la bibliographie. Leur pertinence sera évaluée par les experts.

## **9. Notes de bas de page**

Les notes en bas de page (police : Book Antiqua 10, suspension (hanging) 0,5 cm, Interligne simple). Ne sont acceptées que les notes qui apportent des informations complémentaires ou des précisions. Les références bibliographiques sont insérées directement dans le texte (voir **Citations**).

## **10. Bibliographie**

### **▪ Format :**

Corps du texte : police Book Antiqua 11, style Normal, justifié. Retrait : gauche : 0 cm, droite : 0 cm ; Interligne simple ; suspension : 0,5 cm

Espacement : avant : 0 point, après : 0 point

### **▪ Monographie :**

Nom, Prénom (date). *Titre du livre* [date de la 1re édition]. Lieu : éditeur, «collection».

### **▪ Ouvrage collectif :**

Nom, Prénom (éd. / éds) (date). *Titre de l'ouvrage*. Lieu : éditeur, « Collection » (si indiquée).

### **▪ Chapitre d'un ouvrage collectif :**

Nom, Prénom (date). Titre de la contribution (pagination : pp. X-Y). In Prénom Nom (éd. / éds), *Titre de l'ouvrage* (pagination). Lieu : éditeur, « Collection » (si indiquée).

### **▪ Article :**

Nom, Prénom (date). Titre de l'article. In *Titre de la revue*, n° x, *titre spécifique à ce numéro* (si indiquée), Prénom Nom (éd./éds), pagination (page de début et page de fin séparées par un tiret).

### **▪ Article de revue avec volume et numéro de fascicule (version imprimée) :**

Nom, Prénom (année). Titre de l'article. *Titre de la revue en italique, numéro du volume en italique* (numéro du fascicule entre parenthèses), numéros de pages.

### **▪ Revue complète (numéro spécial) (version imprimée) :**

Titre du numéro ou du supplément ou du hors-série [Numéro spécial]. (Année). *Titre de la revue en italique, numéro du volume en*

*italique* (numéro du fascicule entre parenthèses).

▪ **Article de revue (version électronique) avec DOI:**

Article de revue issu d'un hors-série ou d'un supplément (version imprimée ou électronique) : Nom de l'auteur, initiale du prénom (Année). Titre de l'article. *Titre de la revue en italique (pas en forme abrégée et sans le sous-titre)*, (h.s.) ou (suppl.), numéros de pages. <DOI>

▪ **Article de quotidien (version électronique) :**

Nom de l'auteur, prénom (Année, jour mois). Titre de l'article. *Titre du quotidien*. <DOI> ou Accès adresse URL : <lien [Consulté le...]>.

▪ **Congrès/Colloque (publié) :**

Nom du ou des directeur(s), prénom(s) (dir.). (Année). *Titre du colloque : Actes ou Journées et lieu, date du colloque*. Lieu : Éditeur.

▪ **Contribution d'un auteur à un colloque (communication publiée) :**

Nom de l'auteur, Initiale du prénom (Année). Titre du document. In Initiale du prénom de l'auteur de l'ouvrage. Nom de l'auteur (dir. ou éd.), *Titre de l'ouvrage : Titre du colloque : Actes ou Journées et lieu, date du colloque* (pp. du document s'il y en a). Lieu : Éditeur.

▪ **Ressources Internet :**

- Mettre la **référence** précise, le **lien** entre guillemets simples <...> et la **date** de consultation entre crochets [...].
- **Article** : Nom, Prénom (2010). Titre. Titre de la revue en *italique*. URL entre guillemets simples (<...[Consulté le...]>) ou <DOI>
- **Livre électronique avec DOI** : Nom, Prénom (Année). *Titre en italiques*. <DOI>
- **Livre électronique avec URL** : Nom, Prénom (Année). *Titre en italiques*. Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.
- **Page ou Site Web** : Auteur ou Organisme (Année de publication). *Titre de la page consultée*. Date de la dernière mise à jour ou de copyright). Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.

- **Texte législatif (version imprimée)** : *Titre et date d'adoption du texte de loi* ; Sigle (si existant), Recueil et Numéro.
- **Texte ou article législatif (version électronique)** : *Titre et date d'adoption du texte ou de l'article de loi* ; Sigle (si existant) ; Recueil et numéro ; Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.
- **Thèse** : Prénom Nom, *Titre : sous-titre*, nombre de pages, tomaison, Type de diplôme : Discipline et spécialité : Université (et / ou autres précisions telles que la ville) : Année (date de soutenance). S'il n'y a pas de date de parution, mettre l'abréviation s.d. (*sine datum*) à la place de l'année.

## 10. Abréviations

Éditeur scientifique : (éd. ou éds.)

Sous la direction de : (dir.)

Numéro d'édition : (éd. ; par exemple : 2e éd.) :

Sans lieu de publication : *sine loco* (s.l.)

Sans nom de l'éditeur : *sine nomine* (s.n.)

Sans date : *sine datum* (s.d.)

L'abréviation des pages se fait différemment en fonction du type de document :

- pour les chapitres d'ouvrage collectif et pour les articles de la presse quotidienne, les pages sont indiquées avec l'abréviation «p.» pour une seule page consultée et «pp.» pour plusieurs pages. Exemple : p. 7 ou pp. 7-14 ;
- pour les périodiques (revue, magazine), les pages sont indiquées sans abréviation. Exemple : 7-14.

## 11. Bibliographie sélective

BLANCHARD, Gersende & ROGINSKY, Sandrine (2020). Introduction. Dossier - La professionnalisation de la communication politique en question : acteurs, pratiques, métiers. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1(1), 5-12. <https://doi.org/10.3917/enic.029.0005>

BOUKACEM-ZEGHMOURI, Chérifa & BLANCA, Rodríguez Bravo (2019). Présentation du dossier 2019. Une information scientifique, entre évaluation et médiatisation. *Les Enjeux de*

*l'information et de la communication*, 2(2), 5-11.  
<<https://doi.org/10.3917/enic.027.0005>>

DIENG, Alioune (2020 a). Hybridité linguistique et réinterprétation de l'aventure ambiguë chez Fatou Diome. In *Réécriture et interprétation, Acta Iassyensia comparationis*, 26(vol.2), 51-62.  
<[http://literaturacomparata.ro/Site\\_Acta/issues/aic26/06%20Dieng\\_Layout%201.pdf](http://literaturacomparata.ro/Site_Acta/issues/aic26/06%20Dieng_Layout%201.pdf)>

DIENG, Alioune (2020 b). L'expérience de l'enrichissement dans les *Essais de Montaigne*. *Akofena, Revue scientifique des Sciences du langage, Lettres, Langues et Communication*, n°002, vol. 1, 353-370.

DIENG, Alioune (2024). *Éthique et argumentation polémique*. Dakar: Presses Universitaires de Dakar (P.U.D.).

ERMISSE, Gérard (1988). Les archives françaises à l'horizon de l'an 2000 (études rassemblées à l'occasion du XIe Congrès international des Archives. In *La Gazette des archives* (pp. 200-217), n°141, Actes du colloque de Paris, 22-26 août.

FAIVRET, Jean-Philippe, MISSIKA, Jean-Louis, WOLTON, Dominique (1980). *L'Illusion écologique*. Paris : Seuil.

GERSTLE, Jacques, PIAR, Christophe (2020). *La Communication politique*. Paris : Armand Colin, collection « U ».

MATTELART, Tristan (2016). Déconstruire l'argument de la diversité de l'information à l'heure du numérique : le cas des nouvelles internationales. In *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2(2), 113-125.  
<<https://doi.org/10.3917/enic.021.0113>>

SAEMMER, Alexandra (2008). Le texte résiste-t-il à l'hypermédia ? In *Communication & Langages*, n°155, 63-79.

UNESCO (2017). Les Eaux usées : une ressource inexploitée. *Rapport mondial des Nations Unies sur la mise en valeur des ressources en eau*.

WOLTON, Dominique (1997). *Penser la communication*. Paris : Flammarion.

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR  
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES  
DE L'INFORMATION  
(CESTI)  
Avenue Cheikh Anta Diop, BP 5005, Dakar, Sénégal

\*\*\*

*REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION*



*Revue Africaine de Communication*

Emails : [cesti@ucad.edu.sn](mailto:cesti@ucad.edu.sn) ; [alioune1.dieng@ucad.edu.sn](mailto:alioune1.dieng@ucad.edu.sn)

ISSN : 3092-5630

e-ISSN : 3092-5614

\*\*\*

**CODE D'ÉTHIQUE  
DE LA  
REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**

### **1. De l'évaluation des contributions scientifiques**

En ce qui concerne l'évaluation de chaque contribution, le Directeur de Publication et les membres du Comité de Lecture et de Rédaction de la Revue sollicite l'avis d'au moins deux évaluateurs, selon le système de double-blind peer review (double-aveugle). L'évaluation des textes soumis à la *Revue Africaine de Communication* (RAC) prend en examen leur contenu scientifique, sans distinction de race, de sexe, de nationalité, de croyance et d'orientation académique ou politique des auteurs. Sans accord écrit de la part de l'auteur, le matériel inédit des manuscrits soumis à la Revue ne peut pas être employé pour d'autres recherches. Le Directeur de Publication, le Comité scientifique, le Comité de lecture et de Rédaction s'engagent autrement à ne diffuser aucune information concernant les textes à des fins différentes des évaluations, des révisions, de l'édition et de la publication. Les textes et leur contenu relèvent de la seule et entière responsabilité de leurs auteurs.

## **2. Des obligations du Directeur de Publication**

Le Directeur de Publication veille à l'exécution et au respect scrupuleux de la Politique éditoriale et du Code d'éthique de la *Revue Africaine de Communication*. Il définit, en collaboration avec le Comité scientifique et le Comité de Lecture et de Rédaction, la thématique annuelle de la Revue et supervise le processus de lancement, d'évaluation, de révision et de publication de chaque numéro. Il est la personne morale et administrative de la Revue. Garant de la notoriété, mais aussi de la qualité, de la conformité et de l'effectivité des travaux et des manifestations scientifiques de celle-ci, le Directeur de Publication supervise la collaboration entre les différents comités de la Revue, les évaluateurs et les contributeurs. Enfin, il la représente dans les autres instances et manifestations scientifiques.

## **3. Des obligations du Comité scientifique**

Le Comité scientifique est tenu de respecter la politique et les principes éditoriaux de la *Revue Africaine de Communication* et doit aussi se conformer aux dispositions légales en matière de diffamation, de violation du copyright et de plagiat. Pour les prises de décisions, le Directeur de Publication de la Revue collabore avec le Comité scientifique. Les deux instances sont responsables de la publication finale des articles.

## **4. Des obligations du Comité de Lecture et de Rédaction**

Le Comité de lecture et de Rédaction relève et vérifie les informations concernant les erreurs, imprécisions, conflits d'intérêts ou plagiat à l'égard d'une contribution, qu'il communique immédiatement au Directeur de Publication de la Revue, qui, à son tour, les notifie à l'auteur. Il vérifie ensuite le respect des modifications et des corrections formulées par les évaluateurs selon les critères fixés par la Revue. Au cas contraire, la Revue s'engage à entreprendre les actions nécessaires : éventuellement, l'article sera retiré de la version finale du numéro lancé. De façon générale, le Comité de lecture et de Rédaction apporte son aide au Directeur de Publication et à son équipe dans la révision, l'édition et la publication des contributions.

## **5. Des obligations des Évaluateurs**

L'expert sélectionné ne se jugeant pas qualifié pour l'évaluation, ou sachant ne pas être en mesure de respecter les délais indiqués, doit notifier la décision au Directeur de Publication de la Revue. Il ne doit pas accepter l'expertise d'une contribution scientifique dans le cas d'un conflit d'intérêts dû à un rapport de compétition, de collaboration étroite, etc. avec les auteurs. Le Directeur de Publication, le Comité scientifique et le Comité de lecture et de Rédaction s'engagent à traiter les textes reçus comme des documents confidentiels.

Les évaluateurs s'engagent, quant à eux, à exprimer leurs opinions et recommandations, à les argumenter, documenter et illustrer dans le strict respect du secret professionnel. En outre, ils éviteront de les formuler de façon blessante. S'ils remarquent des passages plagiés ou bidonnés, ils ont l'obligation d'en informer le Directeur de Publication de la Revue. L'évaluation doit être effectuée avec objectivité, professionnalisme et discréetion. Les informations contenues dans les documents évalués demeurent confidentielles et, en aucun cas, ne peuvent faire l'objet d'autre exploitation.

## **6. Des obligations des Auteurs**

Les auteurs s'engagent à garantir l'originalité des contributions, leur non-soumission en vue d'une autre publication lors des phases d'évaluation et de révisions des contributions. Par leur simple participation au numéro, ils acceptent aussi à n'employer des contenus ou des expressions d'autres auteurs qu'en indiquant toujours la source référencée. Les textes soumis n'ont jamais été publiés comme documents protégés par copyright dans d'autres revues ou dans des ouvrages collectifs déjà publiés.

En envoyant une contribution, l'auteur/les auteurs acceptent que, si le texte est approuvé pour la publication, tous les droits économiques, sans limites d'espace et avec toutes les modalités et technologies existantes ou à venir, sont transférés à la *Revue Africaine de Communication*. Dans le cas où un auteur noterait des erreurs significatives, des incohérences ou des imprécisions dans le document scientifique publié, il doit immédiatement le porter à la connaissance du Directeur de Publication de la Revue et

coopérer pour la rétractation ou la révision de la contribution proposée.

## **7. Accès, Reproduction, Distribution, Diffusion et Partage des Contributions scientifiques**

Les contributions scientifiques à la *Revue Africaine de Communication* (RAC) sont disponibles en accès libre sur le site: <https://rac.ucad.sn>. Elles sont également archivées à la Bibliothèque nationale, à la Bibliothèque centrale de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar et à la Médiathèque du Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information.

Les auteurs cèdent tous les droits de reproduction, de publication et de diffusion de leurs contributions scientifiques à la RAC. Par conséquent, ils acceptent toutes modifications formelles liées aux contraintes de leur mise en page et de leur mise en valeur.

De plus, les contributions publiées par la RAC, ne pouvant faire en aucun cas l'objet d'une autre publication, sont autorisées sous la Licence CC-by-nc-nd (autorisation de partager, copier, reproduire, distribuer et communiquer l'oeuvre originale par tous moyens et sous tous formats, sans modifications, dans un but scientifique, pédagogique ou promotionnel, sauf à des fins commerciales).

Les auteurs doivent être crédités de la paternité de leurs contributions et la source indiquée. Ce droit à la paternité des contributeurs est scrupuleusement respecté en cas d'utilisation de leurs oeuvres (Prénom, Nom, titre de la contribution, Nom de la Revue, Numéro, Année de publication, N° de la page d'où est tiré l'extrait).

## SOMMAIRE

<i>Avant-propos</i> .....	I-VII
<i>Les pratiques de la communication pour le développement au Sénégal : des radios éducatives rurales aux radios communautaires</i> <i>Communication practices for development in Senegal: from rural educational radios to community radio stations</i>	
<i>Yacine Diagne</i> .....	3-36
<i>Les enjeux stratégiques de la revue de presse en wolof au Sénégal</i> <i>The strategic stakes of the wolof press review in Senegal</i>	
<i>Mamadou Alimou Ba</i> .....	37-70
<i>Radios communautaires et acteurs de la coopération internationale au Burkina Faso : entre injonctions de développement et coopération</i> <i>Community radio stations and international cooperation actors in Burkina Faso: from cooperation to development injunctions</i>	
<i>Niangané Dasmane</i> .....	71-96
<i>La désinformation au Sahel : narrativité, performativité et fabrique de l'opinion</i> <i>Disinformation in the Sahel: narrative structures, performative dynamics, and the construction of public opinion</i>	
<i>Dao Dô dit Drissa</i> .....	99-115
<i>IA et désinformation au Burkina Faso : stratégies argumentatives de fabrique et de déconstruction des fake news générée par l'IA</i> <i>AI and disinformation in Burkina Faso: argumentative strategies of fabrication and deconstruction of AI-generated fake news</i>	
<i>Rabiatou Congo</i> .....	117-142
<i>L'usage des productions audiovisuelles dans les pratiques de communication des organisations de développement : le cas de l'ONG RAES avec la série C'est la vie !</i> <i>The use of broadcast productions in the communication practices of development organizations: the case of the NGO RAES and the series C'est la vie!</i>	
<i>Moussa Diop, Alioune Badara Gueye &amp; Ngagne Fall</i> .....	145-166

*L'émission éducative, une voie pour faire comprendre les obligations fiscales au Burundi*

*The educational program, a way to understand tax obligations in Burundi*

Stany Ngendakumana, Gélase Nimbona & Mamadou Ndiaye.....167-190

*Transformations économico-politiques des années 1990 et gouvernance des communications au Sénégal.*

*The impact of 1990s economic and political reforms on communications governance in Senegal*

Mouhameth Bèye & El Hadji Malick Ndiaye.....191-217

## AVANT-PROPOS

Ce numéro spécial de la *Revue Africaine de Communication* (RAC), édité dans le cadre de la célébration des 60 ans du Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI), se propose d'étudier la problématique de la fabrique de l'opinion et, celle connexe, l'endogénéisation comme thématique de cristallisation, entre autres, l'émergence d'un leadership de rupture, porteur d'alternatives plurielles dont les médias sont à la fois acteurs et lieux d'expression.

Il s'agit, dans ces travaux de recherche, de s'interroger, au-delà l'apport spécifique des médias en tant que fabriques d'opinions, entre moult autres acteurs (partis politiques, instituts de recherche, ONG, associations de la Société civile, etc.), sur le processus global et historique qui a généré, au cours des dernières décennies, les grandes et multiples transformations enregistrées, ça et là, suite à des évolutions positives.

La réflexion porte aussi sur les diverses formes qu'ont pu épouser les stratégies adaptatives en Afrique, au cours de crises profondes, sources de régression et de résilience ; en particulier, dans cette partie du sous-continent constituée par les pays qui ont en partage la langue française. Dans cette perspective, l'analyse de la fabrique d'opinion dans un contexte d'émergence d'alternatives endogènes et de dynamique citoyenne en Afrique paraît essentielle.

En effet, la fabrique de l'opinion est un concept, dont l'origine remonte à une période lointaine (Blondiaux, 1998). Ce phénomène a réussi à se faire une place sur la scène politico-médiatique. Chomsky et Herman (2003) identifient les institutions, les lobbies, les multinationales et la presse, qu'ils qualifient de « quatrième pouvoir », comme les acteurs qui interviennent dans la chaîne de fabrication de l'opinion publique. De ce point de vue, la responsabilité de la presse dans la construction de l'opinion semble être mise en exergue du fait du caractère puissant de l'image, du son ou du texte.

L'analyse conceptuelle du terme « opinion » permet donc d'expliquer une certaine nuance, selon des auteurs tels que Pang et Lee (2008), qui considèrent l'opinion comme l'unité à laquelle il est possible d'attribuer une polarité négative ou positive, à l'opposé du « point de vue » ou du « positionnement », qui

reflètent un sentiment général qui se dégage. Cette précision met en lumière la complexité du niveau d'interprétation ou d'appréciation de ce concept. Habermas (1988) va plus loin en tentant de disséquer le qualificatif « publique » attribué à l'opinion. Selon lui, l'« opinion », dans sa dimension « publique » précisément, presuppose l'émanation d'un public éclairé, déployé dans l'espace « public ». D'où l'importance de prendre en compte l'évolution de ce concept. Almeida (2009) explique ainsi le processus de formation et de transformation de l'opinion publique en montrant l'importance qu'y joue la perception pour comprendre les dynamiques conceptuelles. C'est à cet effet que certains outils de mesure sont mis en place. De ce fait, les techniques de sondage d'opinion proposaient des méthodes quantitatives pour représenter l'état de l'opinion publique à un moment donné (par exemple, sondage d'opinion préélectoral) et prétendaient contribuer à une meilleure connaissance de la société (Ramdani *et al.*, 2011).

Dans ce numéro spécial de la RAC 2025, des chercheurs et des professionnels des médias et de la communication, à travers leurs travaux scientifiques en rapport avec l'impact des théories, des techniques et des moyens de l'information et de la communication, revisités dans la construction de l'opinion, analysent les enjeux et les acteurs qui interviennent dans la fabrique de l'opinion, mais aussi le rôle des médias dans un contexte d'émergence et de diversification des supports d'information et de communication grâce au développement du numérique.

Dans sa contribution, Yacine Diagne analyse l'évolution de la communication radiophonique comme instrument de développement au Sénégal depuis les années 1960. Elle examine la transition des radios éducatives rurales (RER), caractérisées par une approche descendante et prescriptive, vers les radios communautaires émergées dans les années 1990 dans le contexte de la libéralisation des ondes et qui privilégièrent une démarche participative et l'expression locale. Bien que ces deux modèles incarnent des conceptions apparemment opposées du développement, l'analyse révèle des continuités significatives en termes de dispositifs, d'acteurs et d'objectifs. La recherche interroge ainsi la portée démocratique réelle des radios

communautaires : constituent-elles une véritable rupture avec les logiques prescriptives des RER ou reproduisent-elles, sous un habillage participatif, les mécanismes antérieurs de communication verticale ? À travers une approche critique du cas sénégalais, l'auteure examine les modes d'organisation, les pratiques communicationnelles et les effets concrets de ces médias pour évaluer leur contribution effective à la démocratisation du développement rural au Sénégal.

Restant dans l'écosystème radiophonique, le texte du journaliste Dr Mamadou Alimou Ba s'intéresse aux enjeux stratégiques de la revue de presse en Wolof au Sénégal. En effet, prenant appui sur la théorie générale de l'analyse stratégique telle qu'étudiée par Crozier, cette étude montre comment la revue de presse, un genre apparemment anodin, s'est imposée comme l'un des genres journalistiques les plus stratégiques au sein de l'instance médiatique. Les stratégies des acteurs des médias (« animateurs de presse ») y sont directement évoquées avec la force perlocutoire de la langue wolof, comme support linguistique partagé, les éventuelles connivences avec les acteurs des autres champs (politique, économique et social) et les enjeux de pouvoir qui en découlent.

Dans la même veine, Niangané Dasmané se penche sur la relation entre les radios communautaires et les acteurs de la coopération internationale au Burkina Faso. Il part du constat que des organisations du Nord restent au cœur du contexte évolutif des radios communautaires burkinabè à travers des appuis. Des appuis conditionnés qui s'apparentent à des injonctions de développement, d'où l'intérêt de cerner les approches d'interventions adoptées par ces acteurs de la coopération. Son analyse qualitative des données a permis de constater que les appuis sont surtout de l'offre de programmes, qui permettent aux donateurs de transférer aux radios des savoir-faire et des modèles. Ces acteurs ont plus recours aux approches « clés en mains » qu'à celles participatives, mieux adaptées aux réalités desdites radios.

Dans un contexte de mutation technologique accélérée, marqué notamment par la percée fulgurante de l'intelligence artificielle, la circulation de fausses informations connaît une ampleur inédite. Celles-ci se diffusent aussi bien à travers les

médias traditionnels que via les plateformes numériques et les réseaux sociaux, brouillant les repères et fragilisant la qualité de l'information. L'exemple décrit par Dao Dô dit Drissa dans sa contribution témoigne de l'ampleur de ce phénomène inquiétant. En effet, il part du fait qu'entre 2020 et 2023, le Burkina Faso, le Mali et le Niger ont connu une succession de coups d'État, dans un contexte de forte crise politique et de contestation des relations avec la France. Ces événements ont été accompagnés d'une prolifération de fausses informations, particulièrement virulentes sur les réseaux sociaux numériques, qui ont contribué à reconfigurer l'opinion publique sahélienne.

À travers une approche croisée de la sémiotique narrative (Greimas) et de la pragmatique des actes de langage (Austin, Searle), cet article étudie comment ces récits falsifiés participent à la légitimation des pouvoirs militaires. En mobilisant des schémas actanciels simplifiés et des stratégies discursives perlocutoires, la désinformation ne se contente pas de mentir : elle agit sur les affects, performe des ruptures symboliques et favorise l'adhésion aux nouveaux régimes militaires.

Sur ce même registre, dans sa contribution, Rabiatou Congo analyse la production de la désinformation générée par l'intelligence artificielle (IA) au Burkina Faso, en particulier les contenus de type *deepfake*. Par le biais de l'argumentation dans le discours, il a examiné comment les *deepfakes*, qui sont des contenus générés par IA, constituent au Burkina Faso une nouvelle arme informationnelle participant à la fabrique d'opinions et comment ils sont déconstruits par Fasocheck.

Le corpus comprend quatre articles de fact-checking publiés par Fasocheck. En adoptant une approche discursive pour analyser la pratique médiatique de Fasocheck, cet article relève, en outre, que la désinformation par l'IA ne constitue pas seulement une manipulation technique, mais bien une arme cognitive et politique.

Outre la radio, les productions audiovisuelles constituent également un maillon essentiel dans la fabrique de l'opinion par le biais des ONG. Dans leur contribution, les chercheurs Moussa Diop, Alioune Badara Guèye et Ngagne Fall, relèvent que dans un contexte de saturation informationnelle et de diversification des canaux médiatiques, les organisations non

gouvernementales (ONG) cherchent à renouveler leurs pratiques de communication pour capter l'attention et susciter l'engagement.

Parmi les outils mobilisés, les productions audiovisuelles occupent une place croissante, car elles conjuguent information, émotion et persuasion. Leur article examine la manière dont l'ONG RAES (Réseau africain pour l'éducation, la santé et la citoyenneté) mobilise la série « C'est la Vie ! » comme dispositif de médiation narrative au service du changement social et comportemental. À partir d'une méthodologie qualitative combinant analyse de contenu, observation et entretiens semi-directifs avec les responsables de l'ONG, l'étude met en lumière les logiques de construction des récits audiovisuels, leurs ancrages symboliques et leurs effets sur les représentations sociales. L'analyse révèle une stratégie communicationnelle fondée sur le *story telling*, le recours au numérique et l'éducation par le divertissement (*edutainment*). Ces dispositifs, conçus à partir d'un corpus scientifique et d'un dialogue avec les communautés locales, permettent à l'ONG de produire une communication plus participative, intégrant à la fois la persuasion émotionnelle et la médiation culturelle.

À partir d'un article intitulé « l'émission éducative, une voie pour faire comprendre les obligations fiscales au Burundi », Ngendakumana Stany, Gélase Nimbona et Mamadou Ndiaye étudient la contribution des émissions éducatives à la compréhension des obligations fiscales. Ils rappellent que la création de l'Office Burundais des Recettes (OBR) en 2010 a inauguré une nouvelle ère d'administration fiscale ayant pour priorité essentielle la mission de faire comprendre aux contribuables leurs obligations fiscales à travers les médias. Cet article explore l'impact de l'émission audiovisuelle Bafashekumenya dans l'appropriation des obligations fiscales au Burundi. À travers l'analyse des contenus de l'émission et les réponses des contribuables, il ressort de cette étude que ce programme facilite la compréhension des enjeux fiscaux par les contribuables burundais.

Dans ce pays où la culture fiscale est encore en développement, l'émission Bafashekumenya représente une approche novatrice pour améliorer la sensibilisation des

contribuables. L'analyse conclut qu'elle émerge comme un outil essentiel pour améliorer la culture fiscale au Burundi. De ce fait, il est essentiel de montrer que l'OBR doit la renforcer en améliorant ses stratégies et en s'assurant que tous les contribuables la reçoivent. Cela passerait par les systèmes de collaboration OBR-Médias selon le modèle de partenariats formalisés entre les médias et les autorités fiscales. Quant aux contenus, l'OBR travaillerait sur les besoins réels des contribuables, notamment les nouvelles mesures fiscales qui touchent directement les économies des ménages.

Enfin, dans leurs travaux, Mouhameth Bèye et El Hadji Malick Ndiaye analysent les transformations économico-politiques des années 1990 et la gouvernance des médias et des télécommunications au Sénégal. Dans leur article, ils étudient l'ambivalence des réformes des années 1990 dans le secteur des communications au Sénégal (télécoms et médias), en interrogeant simultanément l'affaiblissement de la souveraineté économique de l'État sénégalais et le regain de dynamisme induit par la libéralisation/privatisation, afin de requalifier le rôle du public.

La méthode repose sur une analyse documentaire thématique (textes juridiques et réglementaires, rapports institutionnels, archives de presse, travaux académiques), articulée à une comparaison télécoms/médias et à un *process-tracing* historique reliant décisions, dispositifs et effets. Les résultats indiquent, d'une part, un déplacement de leviers de pouvoir et de rentes hors du périmètre budgétaire national, d'autre part, une modernisation rapide : essor du mobile, baisses tarifaires, investissements massifs.

En définitive, les travaux présentés dans ce numéro spécial de la RAC 2025 suivant les différentes approches utilisées par les auteurs permettent de mieux appréhender le processus de fabrication de l'opinion avec le rôle fondamental des pouvoirs publics, des ONG, des supports d'information et de communication dans un contexte de forte transformation digitale et de prolifération des *fake news*.

## BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

- ALMEIDA, Nicole (2009). *L'opinion publique*. Paris : CNRS Éditions. <<https://doi.org/10.4000/books.editionscnrs.13801>>
- BLONDIAUX, Loïc, (1998). *La Fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*. Paris : Éditions Le Seuil. 601p.
- CHOMSKY, Noam ; S. HERMAN, Edward (2003). *La fabrique de l'opinion publique*. Paris : Éditions Serpent à plumes. 330 p.
- HABERMAS, Jurgen (1988). *L'Espace public*. Paris : Édition Payot. 332p.
- EENSOO-RAMDANI, Egle ; BOURION, Evelyne ; SLODZIAN, Monique ; VALETTE, Mathieu (2011). De la fouille de données à la fabrique de l'opinion. Enjeux épistémologiques et propositions. In *Les Cahiers du numérique*, 7 (2), 15-39. DOI : <[doi.org/10.3166/LCN.6.2.15-39](https://doi.org/10.3166/LCN.6.2.15-39)>
- PANG, Bo ; LEE, Lillian (2008). Opinion Mining and Sentiment Analysis. In *Information Retrieval*, 2, 1-135. <<https://doi.org/10.1561/1500000011>>
- WOLTON, Dominique (2001/2). La communication, un enjeu scientifique et politique majeur du XXIe siècle. In *L'Année sociologique*, vol. 51, 309-326.

**Pr Alioune DIENG**  
**Dr Abdou DIAW**



*APPROCHES PARTICIPATIVES*  
&  
*RADIOS*



# RADIOS COMMUNAUTAIRES ET ACTEURS DE LA COOPÉRATION INTERNATIONALE AU BURKINA FASO : ENTRE INJONCTIONS DE DÉVELOPPEMENT ET COOPÉRATION

## COMMUNITY RADIO STATIONS AND INTERNATIONAL COOPERATION ACTORS IN BURKINA FASO: FROM COOPERATION TO DEVELOPMENT INJUNCTIONS

Niangané DASMANE

Université Joseph KI-ZERBO (Burkina Faso)

*dasnian@yahoo.fr*

### Résumé

Des organisations du Nord restent au cœur du contexte évolutif des radios communautaires burkinabè à travers des appuis. Des appuis conditionnés qui s'apparentent à des injonctions de développement, d'où l'intérêt de cerner les approches d'interventions adoptées par ces acteurs de la coopération. Une analyse qualitative des données permet de constater que les appuis sont surtout de l'offre de programmes, qui permettent aux donateurs de transférer aux radios des savoir-faire et des modèles. Ces acteurs ont plus recours aux approches "clé en mains" qu'à celles participatives mieux adaptées aux réalités desdites radios.

**Mots-clés :** Radios communautaires, Coopération internationale, Appuis aux médias, Injonctions de développement, Burkina Faso.

### Summary

Through various support programmes, Organisations from the Global North are central to the evolving context of the Burkinabè community radios. This support, however, is often offered with specific conditions, and resembles development injunctions. Hence the need to understand the intervention strategies adopted by these international cooperation actors. A qualitative analysis of the data reveals that the support offered by these organisations consists mainly in providing programmes which enable donors to reinforce the capacities of the radios and provide them with models. In their support policy, these organisations tend to use "turnkey" approaches rather than participatory ones, which would be better suited to the realities of these community radios.

**Keywords:** Community radios; International cooperation; Media support; Development injunctions; Burkina Faso.

## **Introduction**

Dans les sociétés contemporaines africaines, la radio locale occupe encore une place importante dans le processus de transformation sociale. Depuis les années 1990, on a assisté, en Afrique de l’Ouest, à l’éclosion des radios privées communautaires, associatives ou commerciales. Elle se situe dans le contexte politique du printemps de la démocratie, marqué par la libéralisation des ondes et l’implication des populations locales qui expriment leurs besoins, font peser leurs idées et prennent ainsi en charge leur développement (Gaudin, 2013). Une dizaine d’années plus tard, de nombreuses expériences dans ce sens leur ont permis de s’approprier, dans des zones les plus reculées des centres urbains, leur histoire et de ne plus se sentir exclues des espaces publics radiophoniques (Dagron, 2001).

Le développement des radios locales est également marqué par de nombreux appuis extérieurs (Fra, 2000). Plus de vingt ans après, ces appuis se manifestent beaucoup plus à travers des projets conçus, portés et entièrement financés par des acteurs de la coopération internationale, notamment des agences gouvernementales et des organisations non gouvernementales (ONG) issues du Nord. Leur objectif est d’apporter du « développement » aux médias bénéficiaires, parmi lesquels figurent des radios communautaires. Leur démarche s’inscrit dans une typologie de radios qui, selon Boulch<sup>1</sup> (2010), restent considérées par ces acteurs de la coopération comme des seconds couteaux juste bons à exécuter leur vision du développement communautaire. Le même constat est fait par Nindorera *et al.* (2013), qui relèvent que ce type de média est relégué au simple rôle de « diffuseur » par les partenaires. Cela constitue un paradoxe pour les radios communautaires dont la spécificité reste leur caractère participatif et leur gestion par et pour la communauté. Au regard de celle-ci, il est pertinent d’interroger les rapports que ces radios communautaires entretiennent avec les porteurs de projets de développement médias. Partant du

---

<sup>1</sup> Document disponible en ligne : <<https://grotius.fr/bailleurs-ong-et-radios-communautaires-africaines-quels-enjeux/#.YXPYOhy2yM9>> [Consulté le 24 octobre 2021].

postulat que ces projets doivent tenir compte des enjeux du développement local, nous formulons la question de recherche suivante : les approches d'interventions des acteurs de la coopération internationale tiennent-elles compte des principes de développement qui caractérisent les radios communautaires?

Ainsi il s'agira de cerner les interventions et les stratégies d'approches des acteurs de la coopération à l'égard des radios communautaires. Afin d'apporter des réponses à la question de recherche, nous optons pour une analyse qualitative des entretiens semi-directifs avec des acteurs de radios communautaires et des acteurs de la coopération internationale porteurs de projets d'appuis aux médias. Ainsi, cet article présente d'abord le contexte dans lequel interviennent les appuis, les cadres théoriques et méthodologiques, ensuite il examine les appuis apportés aux médias et, enfin, il analyse les rapports de partenariat entre les acteurs de la coopération internationale et les médias bénéficiaires des appuis.

## **1. Aspects théorique et méthodologique**

### **1.1. Du contexte de déficit participatif aux médias « sous perfusion »**

L'avènement des radios locales dans nombre de pays a donné progressivement à ce média une place de choix dans le paysage médiatique (Capitant, 2008), notamment en Afrique de l'Ouest. De ce fait, il demeure, nonobstant l'avènement du numérique, le canal par le biais duquel l'immense majorité des populations africaines accède à l'information (Frère, 2016). Au fil du temps, les radios locales sont devenues des catalyseurs d'identité sociale et culturelle, des tribunes de libre expression, des outils de mobilisation, de dialogue et de concertation au sein des communautés africaines (Sarr, 2011). Dans un tel contexte de l'avènement d'une démocratisation de la circulation de l'information, le Burkina Faso n'est pas en reste. Environ 30 ans après la libéralisation des ondes en 1990, le vaste secteur des radios privées burkinabè selon le Conseil Supérieur de la Communication (CSC, 2023), se compose de 141 radios privées,

dont 55 de type associatif ou communautaire, 42 radios commerciales, 40 confessionnelles et 4 internationales.

Média le plus populaire (CSC, 2019) et le plus accessible, que ce soit au niveau territorial, culturel ou économique (Capitant, 2008), la radio, au Burkina Faso, est plus que jamais au cœur des problématiques de développement. La contribution de la radio de type communautaire est indéniable (Baro, 2015 ; Robgo, 2011 ; UNICEF, 2011). Toutefois, Sarr (2011) souligne que la radio communautaire ne saurait offrir tout le bien qu'on lui prête que si ce qui fait sa particularité est totalement effectif. Ainsi il est attendu de ce type de radio qu'elle soit proche des spécificités locales et qu'elle facilite une participation réelle des populations locales à la conception, la définition des contenus des émissions, la programmation et la gestion de la radio (Bazyomo et al. 2011). Sa vocation principale est qu'elle est et doit rester un outil de développement entre les mains des communautés.

Cependant, de nombreuses radios africaines dépendent de l'appui de partenaires internationaux ; ce qui pose à long terme un problème de viabilité, mais aussi de maîtrise des contenus diffusés (Capitant, 2008 ; Munimi Osung, 2022). À titre illustratif, Nindorera et al. (2013) relèvent que les principaux médias indépendants d'information du Burundi devaient leur survie à des bailleurs de fonds étrangers qui assuraient 35 à 80% de leur financement. En République Démocratique du Congo (RDC), Frère (2016) relève que le seul véritable média de service public existant qu'est Radio Okapi est entièrement subventionné par la communauté internationale. La radio internationale Africa n°1, quant à elle, n'a pu survivre à la rupture des appuis dont elle bénéficiait :

Crée en 1981 par l'État gabonais, avec l'appui de la France, Africa n°1 se voulait la première radio panafricaine francophone. Très populaire durant la décennie 1990, elle a commencé à perdre du terrain en 2002 lorsque son principal actionnaire, la société publique française SOFIRAD, s'est retiré. Le chef de l'État libyen, Mouammar Kadhafi, soucieux de se positionner comme leader panafricain, est devenu alors l'actionnaire majoritaire. Depuis la disparition

de Khadafi, la radio connaît une phase de déclin- (Frère, 2016 : 130).

Le contexte de ces situations invite à analyser l'opportunité de l'aide extérieure apportée aux radios communautaires, sachant que ce qui les distingue des autres typologies de radios, c'est le niveau élevé de la participation des membres de la communauté, tant dans la gestion que dans la production de contenus. D'ailleurs, les principales sources de soutien au fonctionnement d'une radio communautaire sont les membres de sa communauté et les institutions locales (Tabing, 2002).

## **1.2. Des paradigmes développementalistes à la participation communautaire**

Cette recherche s'inscrit dans le cadre général des théories développementalistes et de participation communautaire. D'abord, dans les années 1940, plus précisément dans les vingt années qui ont suivi, le mot « développement » devint synonyme des notions de « croissance », « modernisation », « changement », « démocratie », « productivité », « industrialisation » et tant d'autres associées au changement dans le monde occidental (Mowlana & Wilson, 1990). C'est la ligne de défense des paradigmes « développementalistes » théorisés par plusieurs penseurs dont Daniel Lerner et Walt Whitman Rostow. Pour ces auteurs, dans leur processus de transformation, les sociétés occidentales sont passées du statut de sociétés « traditionnelles » à celui de sociétés « modernes » (*Ibid.*, cités par Cishahayo, 2010). Par conséquent, toute autre société qui aspire au développement devrait passer également par ces différentes étapes.

Par ailleurs, c'est dans cette logique des théories développementalistes que, face aux moyens limités investis par l'État au profit des radios locales, ces médias vont commencer à recevoir l'appui d'organisations internationales. Une telle démarche se donne à interpréter comme une légitimation des initiatives de « coopération au développement » avec « les pays plus avancés tendant la main aux retardataires » (Frère, 2016 : 88). La conception europocentriste des relations internationales qui place l'Europe au centre de l'histoire, de la pensée et de la culture universelles date du temps de ces théories.

En partant de ces modèles classiques de représentation de la civilisation universelle, des ONG du Nord sont devenues des partenaires de mobilisation et de mise en œuvre de l'aide au développement à travers l'exécution de projets et de programmes au profit des populations du Sud. De la sorte, les théories de la modernisation ont mis en avant le paradigme de l'indépendance afin de faire entendre les voix discordantes de la périphérie contre celles du centre en inversant la tendance des médias africains dominés par les productions occidentales.

Il n'en demeure pas moins que la problématique des contenus « étrangers » diffusés sur les ondes des médias locaux reste posée. Le défaut d'endogénéisation des contenus des radios communautaires africaines diffusés traduit la prégnance du paradigme eurocentriste sur la conduite des politiques de développement communautaire. En effet, le flux d'informations venant ou traité à partir du centre vers la périphérie peut être un obstacle au processus de développement local. Bon nombre de programmes sont conçus par le monde de la coopération et diffusés sur les radios locales africaines à travers des modèles médiatiques conçus et venus d'ailleurs.

Les critiques des théories développementalistes ont abouti à l'émergence du concept de la « participation communautaire ». Bessette (2004) parle du paradigme d'« un autre développement » où la communication ne consiste plus à transmettre la technologie nécessaire à l'accroissement de la productivité, mais à animer le potentiel de changement d'une communauté. L'approche de la participation communautaire suppose que les rôles et les responsabilités des différents intervenants soient clairement cernés et que toute contribution de leur part à la mise en œuvre d'un projet soit clarifiée. La responsabilisation s'avère capitale dans le processus dans la mesure où les résultats des innovations ou solutions « prêt-à-porter » venues d'ailleurs ne seront pas durables : « [...] le transfert de l'information par des experts en direction des communautés de base, effectué selon une intervention du haut vers le bas, n'a pas donné les résultats escomptés » (*Ibid.* : 3).

Ainsi, la manière avec laquelle la communication est établie avec les communautés conditionne leur sentiment d'être concernées par un problème de développement et détermine

leur degré de participation à la recherche de solutions. C'est pourquoi, les simples diffusions d'informations et les efforts de persuasion consistant à donner des directives ou encore à motiver les populations à participer aux initiatives conçues sans qu'elles ne soient directement impliquées, resteront des démarches inefficaces dans les initiatives de développement. Par contre, les thèses défendues par la théorie de la participation communautaire mettent les populations cibles au cœur des actions de développement, y compris dans la production des contenus médiatiques.

### **1.3. Démarche méthodologique**

La présente recherche est essentiellement qualitative. Selon Bonneville *et al* (2007 : 154), «les recherches qualitatives visent la compréhension d'un phénomène pris dans son contexte». S'appuyant sur le fait qu'une étude sur un échantillon réduit mais représentatif est infiniment plus fiable qu'une étude sur un échantillon plus important mais non contrôlé (Heinderyckx, 1998), notre recherche a porté sur cinq radios communautaires. Comme critères de choix, elles sont toutes des radios ayant déjà enregistré plus de dix (ans) d'existence. Ensuite, elles ont bénéficié ou continuent de bénéficier d'au moins trois projets de développement médias portés par des acteurs de la coopération internationale. Enfin, elles sont considérées comme des radios communautaires faisant partie des plus écoutées dans leurs zones d'implantation (Ministère de la communication et des relations avec le Parlement, Unicef, avril 2018). Il s'agit de

- Radio Munyu à Banfora (Sud), créée en 1994 ;
- Radio Palabre à Koudougou (Ouest), créée en 1994 ;
- La Voix du Paysan à Ouahigouya (Nord), créée en 1996 ;
- Radio Kakoadb Yam Vénégré à Ziniaré (Centre), créée en 1998 ;
- Radio Tin Tua à Fada N'Gourma (Est), créée en 2011.

La collecte des données s'est déroulée de mai 2023 à mars 2024. Nous avons fait recours à trois outils : l'observation directe non participante, la recherche documentaire et l'entretien. L'observation directe et la recherche documentaire nous ont

permis de repérer, en plus des radios, des partenaires du monde de la coopération porteurs de projets de développement médias. Il s'agit essentiellement de CFImedias, Equal Access International, Fondation Hirondelle, Radios Rurales Internationales, Developpement Media International et Search For Common Ground.

Ainsi, pour cerner les exigences et les approches d'interventions adoptées par ces coopérants à l'égard des radios communautaires, nous avons opté pour la méthode d'échantillonnage raisonnée. Il s'agit en effet de

choix raisonné ou intentionnel car la technique repose sur le jugement du chercheur qui fait le tri des cas à inclure dans l'échantillon répondant de façon satisfaisante à sa recherche (...). Le choix raisonné amène à sélectionner des individus « moyens » que l'on déclare représentatifs d'un groupe (N'Da, 2015 : 106).

Ainsi, les enquêtés sont, d'une part, les principaux acteurs des radios communautaires étudiées (les directeurs, les chefs de programme, les rédacteurs en chef, les journalistes, les animateurs, les responsables des communautés des radios), et, d'autre part, des responsables des Agences et ONG porteuses de projets de développement médias.

Tableau 1 : récapitulatif des différents échantillons des personnes interrogées

	Entités	Nombre
Acteurs des radios	Directeurs	05
	Rédacteurs en chef, chefs de programme, journalistes ou animateurs	05
	Communautés des radios	10
Responsables d'Agences et d'ONG		06
Total		26

Source : D. Niangané, 2023

En outre, 26 entretiens semi-directifs ont été réalisés avec ses différents acteurs sur les sites des différentes radios et, pour les acteurs de la coopération internationale, à Ouagadougou,

capitale du Burkina Faso. Ayant opté pour une approche compréhensive de l'objet de la recherche, l'accent a été mis sur l'analyse thématique dans l'optique « de mettre en évidence les représentations sociales ou les jugements des locuteurs à partir d'un examen de certains éléments constitutifs du discours » (Marquet *et al.*, 2022 : 261). Ainsi, l'intérêt s'est particulièrement porté sur le champ « message » afin de dégager des caractéristiques significatives. Nous avons ensuite fait des « déductions spécifiques », comme le préconise Laurence Bardin, qui précise que « ce qui caractérise l'analyse qualitative est que l'inférence – chaque fois qu'elle est faite – est fondée sur la présence de l'indice « thème, mot, personnage, etc. », non sur la fréquence de son apparition dans chaque communication individuelle » (Bardin, 1996 : 116). L'analyse qualitative nous a ainsi permis de cerner les approches d'interventions des ONG étrangères dans le cadre de leurs appuis aux radios communautaires.

## **2. Appuis et logiques d'interventions à l'endroit des médias burkinabè**

### **2.1. Acteurs d'appuis aux médias et objectifs des Interventions**

Au Burkina Faso des ONG et agences issues des pays du Nord mènent des interventions au profit des médias. Ces structures comptent à leur actif de nombreux projets mis en œuvre. Le tableau (2) ci-dessous donne une idée des Agences et ONG qui réalisent des projets dont les radios de l'étude sont bénéficiaires.

Tableau 2 : Agences et ONG internationales concernées par la recherche

Structures	Pays d'origine	Domaines d'interventions
CFI Médias	France	Formations Dons de matériels Productions recommandées
Développement Média International	Grande-Bretagne	Productions prêt-à-diffuser
Equal Access International	États-Unis	Productions prêt-à-diffuser Dons de matériels et d'infrastructures
Fondation Hirondelle	Suisse	Productions prêt-à-diffuser Formations Dons de matériels
Radios Rurales Internationales	Canada	Formations Productions de ressources
Search For Common Ground	États-Unis	Productions prêt-à-diffuser Formations Dons de matériels

Source : D. Niangané, 2023

Les appuis apportés par ces structures sont de deux catégories. Il y a des appuis relatifs au renforcement de capacités opérationnelles pour différents volets (éditorial, management, production, matériel, fonctionnement, organisation administrative). La deuxième catégorie d'appuis concerne les contenus médiatiques qui sont soit déjà produits par les ONG elles-mêmes, soit commandées auprès des radios pour ensuite y être diffusés. Les radios bénéficiaires servent de courroie de transmission. À la lumière des fiches de suivi administratif et des programmes d'investissement disponibles à la Direction générale de la coopération (DGCOOP), les projets de développement médias exécutés avec l'appui des ONG et agences ciblées au niveau des radios sont des programmes transversaux, c'est-à-dire en soutien à d'autres programmes. À travers les actions que ces ONG et agences mènent, les objectifs restent essentiellement le « développement des radios partenaires » :

Nous voulons des radios performantes, avec un bon niveau technique, dotées de matériel de production, de matériel de diffusion, des émetteurs performants, un personnel formé et

qui connaît les problèmes, les préoccupations et les centres d'intérêt des populations (Représentante Résidente adjointe d'une ONG).

Toutefois, si l'objectif ci-dessus est plus ou moins axé sur le développement des radios, cela n'est pas le cas pour d'autres objectifs prônés : « Nous attendons que les radios partenaires épousent notre vision. Que ces radios puissent, après notre passage, continuer à produire sur les mêmes thématiques que nous développons et selon nos normes de production » (Charge de partenariat avec les médias d'une ONG).

Ces ONG entendent ainsi transférer une certaine pédagogie aux radios. D'autres vont au-delà et se donnent pour objectif de promouvoir l'image de leurs bailleurs de fonds :

À travers nos interventions nous faisons aussi la communication au profit des projets financés par l'USAID. Parce qu'on a remarqué que l'USAID aussi n'était pas trop connu. Et puis parfois, il y avait aussi quelques frictions entre les populations et ces puissances-là. Et donc, on s'est dit : « bon, il faut aussi qu'on fasse connaître ce que l'USAID fait pour les populations ». (Représentante Pays adjointe d'une ONG).

Cela signifie que le « développement des radios partenaires » n'est pas simplement un objectif indicatif. En toile de fond, d'autres objectifs justifient les interventions. À ce propos, les renseignements contenus dans le tableau (3) ci-dessous sont illustratifs, car ils donnent un aperçu des objectifs que certaines ONG inscrivent sur les fiches de suivi administratif à la DGCOOP.

Tableau 3 : Des objectifs d'intervention de certaines ONG

ONG	Objectifs des interventions
ONG 1	Changement social et comportemental ; Promotion du développement à travers la mise en œuvre des politiques publiques (santé, assainissement, éducation, agriculture) par la communication, Sauver des vies à travers des médias.
ONG 2	Fournir un aperçu de la perspective allemande et européenne sur les domaines politiques, économiques et culturels notamment dans le champ des médias
ONG 3	Transformation des conflits violents en approche collaborative

Source : D. Niangané, 2023

Pour atteindre ces différents objectifs, les Agences et ONG mettent en œuvre plusieurs sortes d'actions.

## **2.2. Nature des interventions au profit des radios**

Une partie des interventions des ONG au profit des radios est faite de formations. Des formations qui visent le renforcement de capacités techniques et managériales du personnel des radios. Le plus souvent les agents des radios communautaires, notamment les journalistes, les animateurs et les techniciens sont recrutés et formés sur le tas ; ce qui limite leurs compétences. C'est pourquoi les ONG qui mettent en œuvre des projets dans les zones d'implantation de ces radios, fournissent des formations au personnel.

Nous sommes aux côtés des médias, des responsables de médias et des journalistes sur différents aspects, on organise des formations sur les fondamentaux du journalisme, le management des médias, sur la viabilité économique, sur des thématiques plus précises en fonction de l'actualité comme le journalisme sensible au conflit et au genre (Responsable de projet d'une ONG).

L'objectif pour ces ONG est de pouvoir faire passer leurs messages de sensibilisation de la façon la plus professionnelle possible. Cependant certains bénéficiaires attendent que les formations soient adaptées à leurs besoins.

Les formations dont nous bénéficiions doivent être adaptées à nos réalités. D'abord, ce sont des formations de courte durée. Ensuite, ce sont plusieurs modules qui sont abordés en peu de temps. En plus, les formateurs font plus de lecture et à la fin, on nous remet des supports qui ne servent à rien. Pour moi, en radio, c'est la formation pratique qui nous arrange beaucoup. Une formation pratique de deux semaines, tu ne peux pas revenir sans rien apprendre. Alors que j'aurais souhaité qu'on m'apprenne à produire un conducteur ou [...] comment gérer une table ronde. Des choses que je peux assimiler facilement (Chef de programme d'une radio).

Outre l'offre de formations, les ONG appuient les radios communautaires en infrastructures et équipements de production et de diffusion, afin qu'elles puissent « produire en quantité et en qualité ». Il s'agit généralement de l'équipement complet de studio radio, de moyens roulants et énergétiques, mais aussi d'infrastructures.

Dans une de nos radios partenaires, quand nous y étions, il y avait des termites qui avaient attaqué tout le bâtiment. Et grâce au financement de l'USAID, la radio a été réhabilitée. Nous avions poursuivi dans une autre radio, là elle ne tenait que dans une valise sur un terrain privé. Avec notre projet, quand on est arrivé, il y a eu dotation de matériel. Aujourd'hui, la radio fonctionne très bien. Dans deux autres radios, à la suite de notre dotation en matériel solaire, elles fonctionnent avec l'énergie solaire (Responsable d'une ONG).

Images d'équipements et d'infrastructures offerts par des ONG



Source : D. Niangané, 2023

En général, les dons d'équipements et d'infrastructures ainsi que les formations viennent beaucoup plus en appui à l'offre de programmes. Cela signifie que la plupart des partenaires mettent beaucoup plus d'énergie à satisfaire les appuis en production de contenus médiatiques. Cette offre de programmes, se présente sous forme de productions suscitées par les ONG, qui meublent

également les grilles de programmes. Ces programmes sont essentiellement des émissions commandées et des contenus prêt-à-diffuser. Pour les émissions commandées, les ONG partent vers les radios pour leur demander de produire des contenus sur des thématiques qui, généralement, sont relatives aux projets mis en œuvre. Les contenus prêt-à-diffuser dans le contexte de cette recherche sont des productions préconçues par les ONG pour être ensuite apportées aux radios pour diffusion. Les ONG qui ont installé leurs propres studios, pour être sûr de la qualité des contenus, se chargent elles-mêmes de leurs productions, généralement des magazines et des microprogrammes de sensibilisation pour un changement de comportement à travers la radio, sinon elles se font par le biais d'autres ONG ou d'agences de communication :

Nous produisons de la qualité, parce que nous disposons d'un matériel [...] et d'un personnel de qualité que les radios communautaires ne possèdent pas forcément. Aussi, nos productions servent d'exemples aux acteurs des radios. Donc, ce sont aussi des enseignements, des modèles que nous leur envoyons. C'est peut-être à titre pédagogique aussi de leur montrer comment on produit un son [...], un bon montage et un mixage de qualité pour obtenir une émission agréable (Représentante résidente adjointe d'une ONG).

Selon un autre acteur, ce sont des types de productions qui dépassent les capacités des radios :

Pour produire des contenus prêt-à-diffuser, nous faisons recours à la dramaturgie. Tu ne peux pas avoir un expert en scénario pour toutes les radios, pour les assister dans l'écriture [ou l'enregistrement] des scripts. Au stade actuel, ce n'est pas évident. Même au Burkina, les experts en scénario ne sont pas nombreux. On a beau vouloir transférer la production des contenus aux radios, mais des obstacles existent toujours (Représentant résident d'une ONG).

Avec plusieurs ONG qui font recours aux productions préconçues, les radios se retrouvent avec tant d'exemples de productions, d'enseignements, de modèles qu'elles sont, à la limite, submergées. Par conséquent, « les émissions de beaucoup de radios communautaires sont inspirées par les ONG

internationales et ne répondent pas en réalité aux besoins de la communauté » (Bathily, 2014)<sup>1</sup>. C'est pourquoi Diagne prévient que « la règle d'or des radios communautaires est que la participation de la communauté ne soit jamais sacrifiée sur l'autel d'une éventuelle exigence de qualité reconnue et définie par les professionnels et imposée par eux » (2005 : 40). L'idéal serait que ces radios aient leur modèle de production. Cela n'étant pas le cas, les ONG, à travers les moyens humains et matériels de production dont elles disposent, orientent inéluctablement le choix des radios. Certes, les radios communautaires se servent des contenus prêt-à-diffuser pour booster leurs grilles de programmes (Tableau 4) et elles sont payées par les ONG pour les diffuser, mais ce type de contenus ne respecte pas le principe participatif qui guide le fonctionnement de cette catégorie de médias.

Tableau 4 : Pourcentage des programmes extérieurs dans la grille de programmes des radios

Radios	Radio Vénégré	Radio Palabre	Radio la Voix du Paysan
Pourcentage des programmes extérieurs	20%	25%	50%

Source : D. Niangané, 2023

Si la part des productions suscitées dans les grilles de programmes va de 20 à 50% d'une radio à une autre, cela signifie qu'il y a un risque réel qu'elles deviennent de plus en plus prioritaires au niveau des radios au détriment des émissions consacrées au développement local. Pourtant, les thématiques traitées à travers les émissions commandées et les émissions prêt-à-diffuser sont presque les mêmes sur toutes les radios bénéficiaires (*cf. tableau 5*). Ces radios, faut-il le souligner, sont dans des localités différentes et d'une localité à une autre, le quotidien des communautés ne présente toujours pas les mêmes réalités.

---

<sup>1</sup>Document disponible en ligne : <<https://www.ritimo.org/Situation-de-la-radio-communautaire-en-Afrique-en-2014-etat-des-lieux-et>> [Consulté le 04/01/2021].

Tableau 5 : Quelques thématiques abordées dans les émissions suscitées par les ONG dans trois radios différentes

<b>Radios</b>	<b>Émissions commandées</b>	<b>Productions prêt-à-diffuser</b>
Radio Munyu	1-Promotion de la paix 2-Cohésion sociale 3- Économie rurale (Agriculture, élevage, environnement) 4-Promotion des droits (enfant, femme, citoyens) 5-Dialogue communautaire,	1-Santé, Éducation 2-Cohésion sociale et promotion de la Paix 3-Promotion des droits des enfants et des femmes 4-Développement local 5- Thèmes sur les jeunes
Radio Palabre	1- Participation citoyenne de la jeunesse 2- L'environnement et les changements climatiques 3- Promotion des droits humains, du genre et de la démocratie 4- La santé maternelle, planning familial et Covid19 5- L'extrémisme violent	1- Promotion des droits humains et de la démocratie 2- Nouvelles méthodes agricoles 3- La santé maternelle et planning familial 4- Promotion des toilettes modernes 5- L'excision
Radio la Voix du Paysan	1- Lutte contre l'extrémisme violent 2- Le civisme et la citoyenneté 3- L'allaitement maternel exclusif 4-La promotion de la cohésion sociale 5-Le planning familial	1- Lutte contre l'extrémisme violent 2- Le civisme et la citoyenneté 3- L'allaitement maternel exclusif 4-La promotion de la cohésion sociale 5-Le planning familial

Source : D. Niangané, 2023

Ensuite, parmi ces thématiques traitées, on décèle, selon les acteurs des radios, des sujets abordés qui relèvent du tabou ou jugés sensibles (*cf. tableau 6*). D'autres sujets abordés sur les ondes des radios étudiées sont vus par les communautés locales comme faisant de la promotion des valeurs étrangères locales. Mais, pour certains responsables d'ONG, « ce sont [bien] des valeurs universelles » que les radios partenaires épousent et vulgarisent à travers leurs antennes :

À travers nos interventions, on s'attend à ce que la radio adopte notre stratégie, que la radio pense comme nous pensons, que la radio puisse continuer à faire les productions selon notre manière de faire et enfin que la radio puisse tendre vers ce que

nous avons comme vision au niveau des médias (Chargé de partenariat avec les médias d'une ONG).

Tableau 6 : Sujets tabous ou jugés sensibles

Thématiques	Reproches des communautés
Planning familial	Sujet redondant et lassant Réticences des populations Accusation des animateurs
Excision	Diffusion « sans discernement » Diffusion de « contre-vérités sur l'excision »
Stigmatisation des communautés	Sujets sensibles au regard contexte sécuritaire au Burkina Faso
Chefferie coutumière	Thématique sensible
Mariage précoce, scolarisation des filles, la grossesse en milieu scolaire, le mariage forcé, les droits de l'enfant	Promotion des valeurs importées Radios accusées d'être en « mission commandée ».
Genre, violences basées sur le genre (VBG)	De l'ordre de l'intimité familiale Imposition de valeur étrangère aux communautés locales.
Avortement, prostitution, et homosexualité	Dépravation des mœurs,

Source : D. Niangané, 2023

Comme le présente le tableau 6, les thématiques que des ONG traitent dans les émissions suscitées, ne sont pas toutes acceptées par les communautés cibles des projets mis en œuvre.

### **2.3. Logiques d'interventions des acteurs de la coopération**

Pour atteindre leurs objectifs, les Agences et ONG internationales font recours à plusieurs stratégies d'actions dans leurs interventions. D'abord, les appuis de ces structures se font au prisme d'un certain nombre de critères et d'exigences qui entourent le choix des radios partenaires.

Tableau 7 : synthèse des critères de choix des radios par six (06) ONG

ONG	Critères principaux
ONG 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence d'une rédaction formelle composée d'au moins deux personnes</li> <li>- Émettre au moins 4 h de programme par jour</li> <li>- Diffuser un programme multi religieux pour les radios confessionnelles</li> </ul>
ONG 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Être parmi les radios les plus écoutées</li> <li>- Être une radio compétente, disposant du matériel de diffusion et capable de produire</li> <li>- Donner une garantie de bonne gestion du matériel offert.</li> </ul>
ONG 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accepter de travailler sur les questions d'inclusion de jeunes et de femmes,</li> <li>- Avoir des femmes journalistes ou animatrices dans votre équipe au moment de la candidature</li> <li>- Avoir une assise au niveau de sa communauté</li> </ul>
ONG 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Être une radio écoutée</li> <li>- Avoir une portée d'écoute d'au moins 30 à 45 kilomètres à la ronde</li> <li>- Être rigoureuse dans sa gestion</li> </ul>
ONG 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir un rayon de couverture de 80% de la zone d'intervention du projet mis en œuvre, soit au-delà de 60 km à la ronde</li> <li>- Disposer d'une équipe d'au moins trois personnes</li> <li>- L'équipe doit contenir au moins une femme</li> </ul>
ONG 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Être parmi les radios les plus écoutées de la région</li> <li>- Avoir des productions qui épousent notre vision</li> <li>- Avoir une équipe capable de faire des productions</li> </ul>

Source : D. Niangané, 2023

Les radios qui ont de l'audience ont plus de chance de bénéficier de l'appui de ces ONG. Cependant, attendre d'une radio communautaire qu'elle ait une forte audience par rapport à d'autres types de radios ne relève pas d'un critère objectif, car cette radio est par nature au service des minorités, voire des exclus ou marginalisés. Ce d'autant plus que ces communautés sont « oubliées » le plus souvent par les médias généralistes, qui dominent l'espace public. Un critère plus pertinent aurait voulu que la radio communautaire, comme sa vocation l'indique, soit écoutée par la communauté où elle est implantée.

Ensuite, une fois que le choix des radios est fait, les ONG recourent à des scripts. Un script est une sorte de conducteur ou de scénario qui schématise théoriquement la réalisation d'une émission. Des radios reçoivent des scripts de la part des ONG partenaires et il leur revient de suivre la voie tracée pour enregistrer les émissions commandées. Généralement, les ONG tentent ainsi d'harmoniser les productions de nombreuses radios afin qu'elles produisent et diffusent presque le même message.

Cette pratique médiatique s'apparente à une mécanisation du rôle du journaliste ou de l'animateur. L'une des conséquences est la reprise fidèle des textes contenus dans les scripts, conduisant à la traduction littérale par les acteurs des termes jugés sensibles ou culturellement inadaptés aux communautés.

En plus de cela, les studios de production installés par les ONG dans le cadre des projets mis en œuvre sont situés à Ouagadougou, loin donc des radios partenaires. À l'écueil de leur éloignement s'ajoute le sentiment de frustration des acteurs des radios communautaires : « si aujourd'hui des studios sont installés pour produire et mettre à la disposition de nos médias pour diffusion et qu'on accepte cela, c'est qu'on accepte que nous n'effectuons pas notre travail ou on n'est pas capable de le faire ».

Enfin, la coopération reste aussi à l'assaut des clubs d'écoute, cadres de regroupement des membres d'une communauté desservie par une radio donnée : « Un club d'écoute communautaire est un groupe d'hommes et de femmes qui désirent écouter activement et systématiquement des programmes radiodiffusés dans le souci de débattre du contenu et surtout de mettre en pratique les enseignements qu'ils en ont tirés<sup>1</sup> ». Et, selon que l'initiative de la mise en place des clubs vienne des communautés, de la radio ou des ONG, les rôles ne sont pas les mêmes. Très longtemps, beaucoup de radios ont expérimenté ces clubs d'écoute, mais de plus en plus des ONG les mettent en place pour évaluer par le biais de la radio les programmes qu'elles mettent en œuvre. Si certaines ONG s'appuient sur des clubs déjà créés par les radios partenaires, d'autres ONG créent elles-mêmes des clubs d'écoutes totalement indépendants des radios. Quand la création d'un club d'écoute est suscitée par une ONG et non par la radio ou la communauté, généralement les membres se contentent de l'écoute des programmes produits par l'ONG. Il faut souligner que les ONG mettent des moyens matériels et financiers à la disposition des clubs dont elles ont suscité la création. Alors que les clubs suscités par les radios travaillent de façon volontaire et bénévole, leurs membres ne recevant pas de fonds ni de matériel pour leur

---

<sup>1</sup> <<https://www.fao.org/4/am604f/am604f01.pdf>> [Consulté le 03/11/2025].

fonctionnement, mais, au contraire, ils s'autofinancent à l'aide de cotisations. Créer des clubs et mettre les moyens nécessaires à leur disposition est une pratique qui désorganise l'architecture d'antan des radios communautaires en ce sens qu'à la fin des interventions, les clubs créés pourraient disparaître si les conditions de leur survie ne sont pas réunies.

### **3. Approche partenariale entre coopérants et radios à parfaire**

Dans le cadre de l'exécution des projets de développement médias des ONG, de la conception, à la mise en œuvre et à l'évaluation desdits projets, les différentes parties prenantes ne sont pas clairement identifiables. Qui conçoit ? Qui est associé à la conception ? Quelles sont les parties prenantes dans la mise en œuvre et l'évaluation ? Quel est le niveau d'implication de chaque partie ? Et comment l'implication est faite ? Ce sont autant de questions sans réponses précises auprès des enquêtés. Si du côté des ONG, il est fait cas généralement d'un processus bien suivi, les radios elles évoquent un manque de cadre initial qui leur permettrait d'avoir voix au chapitre pour mieux discuter et assurer la défense de leurs intérêts. Par conséquent, ces radios n'entrent en jeu que quand presque tout semble déjà ficelé par les porteurs de projets.

En effet, dans la conception des projets des ONG partenaires, l'implication des radios est presqu'inexistante. Habituellement, les ONG invitent les radios à participer à des rencontres relatives aux projets à mettre en œuvre, dans la capitale du pays, loin de leurs zones d'implantation :

Après l'étude de base que nous réalisons, nous faisons une rencontre à Ouagadougou en invitant les directeurs des radios pressenties pour être nos partenaires. Une rencontre sous forme de formation au cours de laquelle nous les informons de tout ce que nous comptons faire dans le cadre du projet. Et ensemble, on essaie de voir ce que chaque partie peut gagner. Et c'est à la suite de cette rencontre que nous leur envoyons un contrat de partenariat. (Chargé de partenariat avec les médias d'une ONG).

Les responsables des radios relèvent un déficit de démarche participative de la part des ONG partenaires. « À l'exception de

quelques organisations, chaque ONG vient avec un projet et une démarche déjà arrêtée », affirme le Directeur d'une radio. « Il y a des ONG avec lesquelles c'est programme « clés en main ». C'est-à-dire qu'elles ont déjà tout conçu et notre travail c'est d'aller dans la mise en œuvre », ajoute un autre Directeur de radio. Pourtant, l'approche du type « clé en main » a, du reste, déjà montré ces limites dans beaucoup de projets de développement au profit du niveau local. C'est pour y remédier que Bessette préconise : « les procédés interactifs et participatifs plutôt que [...] la production et la diffusion de l'information coupée des processus communautaires » (2004 : 15). C'est évident que les projets seront bâtis sur du sable tant que les avis, les préoccupations, les attentes et les préférences des bénéficiaires ne seront pas pris en compte. Et les étapes de planification proposées par Bessette sont un procédé pour y arriver. Ces étapes résument l'approche participative à l'association des communautés dans la définition, la planification, l'implantation et l'évaluation des initiatives de développement.

L'approche participative reste primordiale pour une mise en œuvre réussie des projets de développement médias. Certes, il n'existe pas de modèle idéal pour la communication participative, chaque expérience ayant son caractère unique, mais le plus souvent il y a des caractéristiques qui sont communes aux projets et initiatives dits participatifs dont fait cas Dagron (2001). Notamment, une démarche horizontale et non verticale ; un processus et non une campagne ; une action à long terme et non à court terme ; une action collective et non individuelle ; une action menée avec et non pour la communauté. Également, l'auteur précise que le processus de communication doit être spécifique à chaque communauté et non généralisé pour toutes. Un accent est mis sur les besoins de la communauté et non sur les impératifs des bailleurs de fonds. Et, enfin, il faut encourager un processus de prise de conscience et non développer des mécanismes de persuasion des communautés. Un bon nombre des interventions des ONG ne s'aligne pas sur l'axe de ces différentes caractéristiques. Cela est perceptible à

travers une approche globalisée et l'émergence de thématiques sensibles sur les ondes des radios bénéficiaires des appuis. Le développement local ayant ses principes, il est évident que le sentiment de rejet ou de non implication peut vite émerger au sein des communautés locales lorsque des sujets jugés tabous sont diffusés. Aussi, soulignons qu'avec la situation sécuritaire que traverse le Burkina Faso, la liste des sujets dits sensibles a certainement augmenté, puisque les groupes armés terroristes aussi se sont montrés hostiles au traitement de certains sujets à l'antenne, ce qui expose les radios, les journalistes et même la population locale aux menaces desdits groupes selon Schönbächler :

Les principaux sujets souvent ciblés par les groupes armés sont la scolarisation, les mariages forcés ou précoces, le planning familial, les mutilations génitales féminines et d'autres sujets liés au genre, à la religion ou à l'éducation. Cependant, ces sujets sont souvent soutenus ou commandités par des projets de développement (2023 : 12).

Pourtant le recours à l'approche participative aurait permis aux ONG de comprendre le contexte et adapter leurs interventions avec les thématiques non ciblées. Mais le traitement de certaines thématiques évoquées *supra*, entre dans la logique de la théorie de la modernisation dans un format déguisé (Nyamnjoh, 2010). À ce sujet, Waisbord (2020) a énuméré trois thématiques à travers lesquelles le déguisement se manifeste, notamment des sujets qui portent sur le marketing social, les campagnes de santé publique et *l'entertainment-education*. Cela témoigne du rôle développementaliste attribué aux médias africains depuis les années 1960, qui guide encore certaines interventions des donateurs de l'aide publique au développement. À ce propos, Frère avance que « les médias ont été successivement considérés comme des instruments susceptibles de contribuer à l'adoption des innovations, l'éducation des communautés paysannes, l'ancrage des réflexes démocratiques, la croissance économique, la propagation d'une culture de la paix » (2015 : 122).

Toutes ces considérations peuvent concourir à maintenir une approche partenariale plus ou moins biaisée entre radios

communautaires et acteurs de la coopération. Outre l'approche participative, le recours à l'approche coopérative développée par les auteurs (Shani *et al.*, 2007) serait bien utile aux acteurs de la coopération et des radios. Cette approche a le mérite de mobiliser des parties interdépendantes qui œuvrent collectivement pour l'atteinte d'un objectif commun.

Pour un partenariat plus bénéfique aux différentes parties, il y a lieu de privilégier le principe de « co-conception » des projets et la co-production de certaines activités avec les radios communautaires et leurs communautés. Cela aura le mérite d'harmoniser les conceptions des différentes parties prenantes sur l'approche des ONG internationales. En effet, les perceptions restent divergentes sur les notions d'« aide » et de « coopération » qui caractérisent ladite approche. Si des acteurs des ONG partenaires perçoivent les appuis comme de l'aide, des acteurs des radios communautaires y voient une approche coopérative. Avec ces divergences de vue et sans une nouvelle approche, la situation demeurera telle que l'indique si bien Olivier De Sardan, les « donneurs d'argent » (ceux qui financent) sont aussi des « donneurs de leçons », qui entendent imposer aux bénéficiaires des règles de fonctionnement des projets qui soient adéquates aux principes moraux des donateurs » (2021 : 300). Cela renvoie à cet adage populaire en Afrique qui dit que « la main qui reçoit est toujours en dessous de la main qui donne ».

## **Conclusion**

À l'entame de cette recherche, notre ambition était de cerner les interventions et les stratégies d'approches des acteurs de la coopération internationale à l'endroit des radios communautaires dans le cadre de la mise en œuvre des projets de développement médias. Pour ce faire, nous avons examiné les appuis apportés aux médias et discuté les rapports de partenariat qui entourent le contexte des appuis. Alors que le développement des radios bénéficiaires des appuis est présenté comme un objectif d'intervention, notre analyse révèle que les projets de développement médias mis en œuvre par des Agences et ONG étrangères sont issus de programmes transversaux, donc non spécifiques au développement médias. Ensuite, à travers

leurs appuis, notre recherche démontre que ces ONG œuvrent plus à ce que les radios épousent leur approche de production de contenus médiatiques en termes de qualité, de modèles et de pédagogie. Ce qui a engendré l'émergence de thématiques jugées sensibles sur les ondes des radios bénéficiaires de programmes suscités des ONG. Notre analyse relève également le déficit d'implication des radios dans le cycle de vie des projets mis en œuvre par des ONG partenaires. L'approche « clé en main » prédomine toujours au détriment de l'approche participative. Alors que la première relègue les radios à un simple rôle de diffuseur, la deuxième approche quant à elle, répond aux principes de développement des radios communautaires, voire une approche qui ne s'accorde pas aux injonctions de développement.

## Bibliographie

- BARDIN, Laurence (1996). *L'analyse de contenu*. Paris : Presse Universitaire de France.
- BARO, Orokiatou (2015). « Contribution du jeu public radiophonique forobatlon de la RTB2/Hauts- Bassins à la prise de conscience du monde rural : Cas de la province du Houet », Mémoire de maîtrise en Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication, Ouagadougou, Université Joseph Ki-Zerbo.
- BATHILY, Alimana (2014). Situation de la radio communautaire en Afrique en 2014 : état des lieux et perspectives. En ligne : <<https://www.ritimo.org/Situation-de-la-radio-communautaire-en-Afrique-en-2014-etat-des-lieux-et>> [Consulté le 26/07/2025].
- BAZYOMO, Emile Pierre et al., (2011). *Étude sur les canaux de communication dans sept régions du Burkina Faso*, Sud Consult, Ouagadougou : Burkina Faso.
- BESSETTE, Guy (2004). *Communication et participation. Guide pratique de communication participative pour le développement*. Québec : Presse de l'Université Laval.
- BONNEVILLE, Luc ; GROSJEAN, Sylvie et LAGACE, Martine (2007). *Introduction aux méthodes de recherche en Communication*. Québec : Éditions de la Chenelière Inc.
- BOULC'H, Stéphane (2010). *Bailleurs, ONG et radios communautaires africaines : quels enjeux ?* En ligne : <<https://grotius.fr/bailleurs-ong-et-radios-communautaires-africaines-quels-enjeux/#.X1zua9TLeM8>> [Consulté le 03 juin 2021 15h 36].

- CAPITANT, Sylvie (2008/4). La radio en Afrique de l'ouest, un « média carrefour » sous-estimé ? L'exemple du Burkina Faso. In *Réseaux*, n° 150, 189-217. En ligne : <<https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-4-page-189.htm>> [consulté le 04 avril 2022 à 13h 48].
- CISHAHAYO, Fabien (2010). « Communication, développement et appropriation des médias émergents en Afrique francophone subsaharienne. Approche critique », thèse de doctorat, Université de Laval, Montréal. En ligne : <<https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/4847/Cishahayo/Fabien/2010/These.pdf>> [Consulté le 14 février 2022].
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA COMMUNICATION (2023). Répertoire des médias audiovisuels au Burkina Faso. Ouagadougou, Burkina Faso.
- DAGRON, Alfonso Gumucio (2001). *Ondes de choc : histoire de la communication participative pour le changement social*. New York : Rockefeller Foundation.
- DIAGNE Yacine (2005). *Radios communautaires : outils de développement au Sénégal*, Mémoire de DEA de Communication, Université Paris 13 (Villetaneuse).
- FRA, Daniel et al. (2000). *Appuis aux médias africains. Les politiques des bailleurs de fonds*. Paris : Gret.
- FRÈRE, Marie-Soleil (2016). *Journalismes d'Afrique*. Bruxelles : De Boeck supérieur.
- FRÈRE, Marie-Soleil (2015/4). Les médias, « chiens de garde » des élections au Burundi et en RDC ? Dans Marie-Soleil Frère (dir.), *Une critique de l'assistance internationale aux médias, Afrique contemporaine* n° 256, 119-138, <<https://www.cairn.info/revue-africaine-contemporaine-2015-4-page-119.htm>> [Consulté le 13 avril 2022].
- GAUDIN, Jean-Pierre (2013). *La démocratie participative*, 2ème édition. Paris : Armand Colin.
- HEINDERYCKX, François (1998). *L'Europe des médias*. Bruxelles : Université de Bruxelles.
- KANZIE-EPIBOE Francine (2019). « Radio Palabre à Koudougou : entre discours et dynamiques de participation locale », mémoire de master, Université Joseph Ki-Zerbo, Burkina Faso.
- MARQUET, Jacques ; QUIVY, Raymond et CAMPENDHOUT, Luc Van (2022). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Armand Colin 6è éd.
- Ministère de la communication et des relations avec le Parlement, Unicef, (avril 2018). « Étude des radios du Burkina Faso : typologies, audience et perspectives », Direction générale des études et des statistiques sectorielles, Ouagadougou, Burkina Faso.

- MOWLANA, Hamid et WILSON, J. Laurie (1990). *Communication, technologie et développement*, n° 101. Paris : Unesco.
- MUNIMI OSUNG, Modeste (2022). *Les radios communautaires. Canaux d'expression pour une information de proximité. Questions contemporaines - Questions de communication*. Paris : L'Harmattan.
- N'DA, Paul (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel et son article*. Paris : L'Harmattan.
- NINDORERA, Willy ; CAPITANT, Sylvie et NDARUGIRIRE, Tharcisse (2013). Rapport. « Audit des médias par les médias », Coopération suisse, Bujumbura.
- NYAMNJOH, Francis (2010). *Re-thinking Communication Research and Development in Africa*: 4th IDIA Conference, UCT, Cape Town, South Africa.
- OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre (2021). *La revanche des contextes. Des mésaventures de l'ingénierie sociale, en Afrique et au-delà*. Paris : Karthala.
- ROBGO, K. Lamoussa (2011). « Radios locales privées de développement au Burkina Faso », mémoire de DEA en sciences de l'information et de la communication, IPERMIC, Université de Ouagadougou.
- SARR, Abdou (2011). *Les radios communautaires. Outils de promotion pour la paix, la démocratie, la culture et le développement en Afrique*. Dakar : ALEP.
- SHANI, A B ; MOHRMAN, Susan Albers ; PASMORE, William (2007). *Handbook of Collaborative Management Research*. New York : Sage Publications, Inc
- SCHÖNBÄCHLER, Viviane (2021). *Intersectionality Matters: Studying the contradictory effects of media development through women radio journalists in Burkina Faso*. In *Communication and Culture Review*, 4 (1 & 2) (2021) : Communication for Social Change), pp. 1-18, En ligne : [http://www.communicationandculturereview.in/index.php/communication\\_culture\\_review/article/view/63/26](http://www.communicationandculturereview.in/index.php/communication_culture_review/article/view/63/26) [Consulté le 03/02/2025].
- TABING, Louie (2002). *How to do community radio: a primer for community radio operators*. New Delhi: Unesco.
- TEDESCO Margot, (2008). « Communication pour le développement et radios communautaires : le cas du Népal, master professionnel », Université Paris I Panthéon Sorbonne.
- WAISBORD, Silvio (2020). *Family Tree of Theories, Methodologies, and Strategies in Development Communication*. Dans J. Servaes (éd.), « Handbook of Communication for Development and Social Change », (pp. 93-132). Singapore : Springer. <<https://www.fao.org/4/am604f/am604f01.pdf>> [Consulté le 03/11/2025].





## Revue Africaine de Communication

La **Revue Africaine de Communication (RAC)**, qui s'adresse, entre autres, aux chercheurs, enseignants-chercheurs, docteurs et professionnels de l'information et de la communication, publie des articles inédits à caractère scientifique dans les domaines des sciences et des technologies de l'information et de la communication.

De plus, elle a pour principal objectif de contribuer, le plus largement possible, au développement des théories et des pratiques portant sur les sciences et les techniques de l'information et de la communication, mais aussi sur l'analyse du discours, le droit, l'éthique et la déontologie des médias. Les domaines de l'information et de la communication sont articulés à d'autres champs disciplinaires tels que les sciences politiques, l'économie, la géopolitique, l'éducation, la sociologie, l'anthropologie, la linguistique, l'analyse du discours, le management, le marketing et la culture dans sa diversité. La RAC, qui se veut un espace de dialogue interdisciplinaire, accepte aussi, dans sa partie Varia, des articles des autres disciplines dont l'intérêt pour le développement des sciences de l'information et de la communication, en particulier, le progrès scientifique, en général, est évident.

Ce numéro spécial de la **Revue Africaine de Communication** se donne, entre autres, pour objectifs de s'interroger sur l'apport spécifique des médias, en tant que fabriques d'opinions, dans le processus global et historique des grandes et multiples transformations enregistrées en Afrique, mais aussi sur les stratégies adaptatives enregistrées dans le continent durant les cycles de crises.

